

**Les Bressis – cterrier.com**  
**Projet de création d'entreprise**  
**MD Allard – P. Boiron - AE Bouscary – E. Chapon - C Terrier**

**Etape 5**  
**Etude de marché**

## 1. Etude de la clientèle

- Définissez votre clientèle.
- Age
- Sexe
- Catégorie socioprofessionnelle
- Motivations d'achat,
- Habitudes d'achat.

Votre démarche est-elle de maintenir la clientèle dans ses habitudes ou d'apporter des améliorations (facilités d'accès, augmentation de l'assortiment...).

Dans ce cas quelles méthodes allez vous mettre en avant pour faire connaître vos nouvelles méthodes à une clientèle non encore consciente des avantages que vous voulez apporter.

Démontrez que votre produit est en adéquation avec cette clientèle.

Présentez le type géographique d'implantation que vous proposez (centre ville, centre commercial, galerie commerçante, emplacement N° 1 ou 1 bis...) et expliquez pourquoi en démontrant que la clientèle trouvera avantage à venir chez vous...

Est-ce que la clientèle ciblée est la seule qui puisse être attirée par votre concept ou prévoyez-vous d'étendre votre cible ? Appuyez votre démonstration par une enquête annexée.

## 2. Etude de marché

L'étude de la clientèle sera complétée par une étude quantitative et qualitative réalisée sous la forme d'une étude de marché par questionnaire.

### 2.1 Création du questionnaire

Ce questionnaire doit vous aider à mieux comprendre la marché et les attentes ou non attente de la clientèle potentielle. Il permet de tester et de valider ou d'infirmer vos options de travail.

Il doit vous aider à trouver les réponses aux questions que vous vous posez.

#### Remarques

- Le questionnaire ne doit pas être trop long,
- Les questions doivent être neutres et ne pas orienter les réponses,
- Une question n'est pas destinée à savoir mais permet de valider et de quantifier des réponses

*Exemples :*

~~☛ Que pensez-vous de l'accueil ?~~

☛ L'accueil est : Très satisfaisant – satisfaisant – peu satisfaisant – pas satisfaisant

- Eviter les questions de type **Oui, Non**. Une situation n'est pas bien ou mal, blanche ou noir. La réalité est toujours plus complexe

- Dans les questions échelles : proposer de préférence 4 réponse à 5. Car 4 réponses oblige la personne à s'engager alors qu'à 5 elle peut choisir la réponse médiane qui ne l'engage pas.

Exemples :

- ~~L'accueil est : Très satisfaisant – satisfaisant – moyennement satisfaisant – peu satisfaisant – pas satisfaisant~~
- L'accueil est : Très satisfaisant – satisfaisant – peu satisfaisant – pas satisfaisant

## 2.2 Test et pré-test

Avant d'administrer le questionnaire il est important de tester le questionnaire sur un petit effectif représentatif du panel qui fera l'objet du questionnaire

## 2.3 Administration du questionnaire

### Important

**Il est impératif de bien sélectionner le panel de consommateur qui sera interrogé sans quoi les résultats peuvent être faux ou non significatifs de la clientèle potentielle.**

**Exemple** si vous ouvrez un commerce de cravates... votre étude de marché doit être calculée non pas sur la population totale de votre zone de chalandise, mais sur une population masculine, en âge de porter une cravate et travaillant dans un secteur tertiaire. Votre étude de marché doit tenir compte du nombre de cravates achetées par an par vos consommateurs potentiels.

## 2.4 Dépouillement du questionnaire

Le dépouillement du questionnaire fera l'objet d'un rapport détaillée qui sera mis en annexe du Business plan. Chaque question fera l'objet d'un tri à plat. Une analyse plus fine pourra être réalisé par des tri croisés